

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tujuan Penelitian**

1. Menguji secara empiris pengaruh positif kualitas produk terhadap minat beli ulang pada Ragusa Es Italia.
2. Menguji secara empiris pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Ragusa Es Italia.
3. Menguji secara empiris pengaruh positif kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat beli ulang pada Ragusa Es Italia.

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **3.2.1 Tempat Penelitian**

Tempat yang akan diteliti adalah Jakarta Pusat dan Jakarta Timur. Alasan dipilih pengunjung Ragusa Es Italia Jakarta Pusat karena Objek yang akan diteliti adalah cabang utama Ragusa Es Italia yang berlokasi di Jakarta Pusat. Sedangkan Jakarta Timur adalah karena peneliti merasa tidak sedikit juga masyarakat yang berdomisili Jakarta Timur cukup banyak yang sudah pernah berkunjung ke kedai es krim Ragusa Es Italia.

Objek yang akan diteliti adalah para konsumen yang sudah pernah membeli minimal satu kali es krim Ragusa Es Italia yang berada di cabang utama Jl. Veteran I, Jakarta Pusat dalam kurun

waktu tiga tahun terakhir. Alasan dipilih cabang utama Jl. Veteran I, Jakarta Pusat sebagai tempat penelitian dikarenakan cabang utama yang berada di Jl. Veteran I tersebut merupakan cukup terkenal akan buruknya pelayanan yang diberikan dari Ragusa kepada para pengunjungnya. Sedangkan Ragusa Es Italia merupakan kedai es krim yang sudah cukup terkenal dan melegenda di benak masyarakat, terutama angkatan terdahulu pasti sudah sangat mengenal nama Ragusa Es Italia sebagai salah satu pelopor kedai es krim di Ibu Kota. Lalu para pengunjung kedai es krim Ragusa Es Italia yang memang kebanyakan adalah kalangan anak muda. Namun tidak menutup kemungkinan juga para pengunjungnya adalah generasi senior yang ingin bernostalgia pada kedai es krim yang sudah melegenda itu, sehingga dapat dilihat perbedaan opini para pengunjung dari sebelum dan setelah kunjungan pertama ke Ragusa Es Italia.

### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan November hingga Desember 2014.

## **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian kuantitatif, desain penelitian ini adalah dengan pendekatan kausal dan deskriptif. Menurut Malhotra desain kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-

fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh dari masing-masing variabel. Sedangkan desain deskriptif menurut Malhotra adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) dan variabel terikat (Minat Beli Ulang).<sup>47</sup>

### **3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian yang di dalamnya terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli ulang ( $Y$ ). Dari variabel bebas dan terikat tersebut masing-masing variabel terdapat dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang digambarkan pada tabel di bawah.

---

<sup>47</sup>Malhotra, Naresh K., *Marketing Research an Applied Orientation*, (United States: Pearson Education, 2010). Hlm 93-100.

**Tabel III.1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

<b>Jurnal</b>	<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Faradiba, Astuti. (2013).</b>  <b>Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Dipenogoro.</b>	<b>Kualitas Produk</b>	Estetika	1. Menurut saya kualitas rasa dari makanan yang disajikan baik 2. Saya tertarik dengan tampilan makanan yang disajikan	<b>Likert 1-5</b>  1= Sangat Tidak Setuju 2= Tidak Setuju 3= Ragu-ragu 4= Setuju 5= Sangat Setuju
		Fitur	1. Saya merasa menu yang disajikan cukup bervariasi 2. Saya tertarik dengan hiasan yang ada dalam menu.	
		Kesesuaian dengan Spesifikasi	1. Menurut saya rasa yang disajikan lebih enak dibanding pesaing 2. Menurut saya produk yang disajikan sudah sesuai dengan apa yang dijanjikan	
		Reliabilitas	1. Produk yang disajikan tidak gagal atau cacat saat disajikan	
		Performa atau Kinerja	1. Fungsi utama dari produk yang ditampilkan sesuai	
<b>Jurnal</b>	<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Triastuti. (2012).</b>  <b>Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.</b>	<b>Kualitas Pelayanan</b>	<i>Reliability</i>	1. Saya merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan 2. Saya merasa pelayanan yang diberikan memuaskan	<b>Likert 1-5</b>  1= Sangat Tidak Setuju 2= Tidak Setuju 3= Biasa saja
		<i>Assurance</i>	1. Saya merasa tingkat kesopanan pelayan baik 2. Saya merasa pengetahuan pelayan terhadap menu sudah tepat	
		<i>Emphaty</i>	1. Saya merasa tingkat kepedulian pelayan dalam menangani keluhan pengunjung baik	

		<i>Responsiveness</i>	2. Saya merasa tingkat kesabaran pelayan saat menangani keluhan pengunjung. baik  1. Saya merasa kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan cepat 2. Saya merasa kesigapan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan cukup baik	4= Setuju 5= Sangat Setuju
		<i>Tangibles</i>	1. Saya merasa kebersihan restoran baik 2. Saya merasa kerapian restoran baik	
Jurnal	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Hendarsono . (2013). Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.</b>	<b>Minat Beli Ulang</b>	Minat Transaksional   Minat Referensial   Minat Preferensial	1. Saya rasa frekuensi pembelian cukup tinggi 2. Saya rasa para pelanggan cukup berkomitmen  1. Saya rasa rekomendasi atau opini yang diberikan bagus 2. Saya rasa rekomendasi yang diberikan masyarakat cukup tinggi  1. Saya rasa konsumen menjadikan Ragusa sebagai preferensi utama jika ingin berkunjung ke kedai es krim	<b>Likert 1-5</b>  1= Sangat Tidak Setuju 2= Tidak Setuju 3= Biasa saja 4= Setuju 5= Sangat Setuju

Sumber: Data diolah peneliti

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

Data primer diperoleh peneliti melalui *survey* dengan menyebarkan kuesioner dengan cara memberikan pernyataan dalam angket yang sudah disiapkan kepada responden pengunjung Ragusa Es Italia. Kuesioner diberikan kepada pengunjung yang bersedia untuk menjadi responden, sehingga diharapkan mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan pernyataan dalam kuesioner penelitian. Sebelum angket penelitian yang final disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen.

Menurut Sugiyono, “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.<sup>48</sup>

Kuesioner berisi pernyataan-pernyataan yang telah disusun untuk keperluan penelitian, yaitu seputar pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang kedai es krim Ragusa Es Italia.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Sugiyono, “Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen”.<sup>49</sup>

Sementara menurut Sekaran:

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm.142.

<sup>49</sup> *Ibid*, hlm. 93

*The Likert scale is designed to examine how strong subjects agree or disagree with statements on a 5-point scale with the following anchors: strongly disagree (1), disagree (2), neither agree nor disagree (3), agree (4), and strongly agree (5). The responses over the number of items tapping a particular concept or variabel are then summated for every respondent. This is an interval scale and the differences in responses between any two points on the scale remain the same.<sup>50</sup>*

Setiap pertanyaan kuesioner variabel penelitian menggunakan pertanyaan tertutup. Peneliti menyediakan lima kemungkinan pilihan jawaban yaitu: STS, TS, CS, S, dan SS.

**Tabel III.2**  
**Bobot Nilai Pernyataan Kuesioner**

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Biasa saja	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Sekaran, *Op Cit.*

### 3.6 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

#### 3.6.1 Populasi

Populasi adalah semua objek, semua gejala dan semua kejadian atas peristiwa yang akan dipilih harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti<sup>51</sup>.

Menurut Sugiyono, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan

<sup>50</sup> Sekaran, *Op. Cit.*, hlm.197

<sup>51</sup> Sekaran, *Op. Cit.*, hlm. 44.

karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.<sup>52</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah pernah berkunjung minimal satu kali ke kedai es krim Ragusa Es Italia cabang pusat Jl. Veteran I, Jakarta Pusat.

Peneliti sudah melakukan penelitian dengan cara bertanya langsung dengan manajer Ragusa Es Italia tentang jumlah pengunjung Ragusa rata-rata dalam satu bulan. Data yang didapat oleh peneliti bahwa rata-rata jumlah pengunjung Ragusa dalam satu bulan berjumlah 5.000 pengunjung. Maka dapat disimpulkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah 5.000 orang.

### 3.6.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diseleksi secara cermat untuk dapat mempresentasikan populasi yang ada.<sup>53</sup> Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 80.

<sup>53</sup> Emory, C.W. AND Cooper, D.R. (2005) *Business Research Methods*. (5th ed.). Irwin. Homewood, IL 60430. Boston, MA 02116

<sup>54</sup> Ferdinand, Agusty, *Structural Equation Modeling* dalam Penelitian Manajemen, Edisi 2, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006).



Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah berkunjung minimal satu kali ke kedai es krim Ragusa Es Italia Jl. Veteran I, Jakarta Pusat.

Menurut Husein Umar, untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan teknik *Slovin*.<sup>55</sup> yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel (responden dalam penelitian).

N = Jumlah populasi.

e = Kelonggaran sampel

1 = Konstanta

### 3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Karena peneliti telah mengetahui jumlah populasi rata-rata Ragusa Es Italia cabang pusat dalam satu bulan disaat beroperasi yaitu berjumlah 5.000 orang dengan tingkat kesalahan 10%, maka untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan perhitungan pengambilan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{5000}{5000(0,1)^2 + 1}$$

= 98,03 dibulatkan menjadi 100.

Maka diperoleh sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

---

<sup>55</sup> Husein Umar, (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers

**Tabel III.3**  
**Klasifikasi Sampel**

No.	Penulis	Tahun	Judul	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Sampel
1	Pradini	2012	“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Ulang pada restoran Kentucky Fried Chicken (KFC)”	100 responden	<i>Accidental sampling</i>
2	Faradiba dan Astuti	2013	“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Rumah Makan Bebek Gendut Semarang.”	100 responden	<i>Non Probability sampling</i>
3	Kusumawati	2013	“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang konsumen Restoran The House of Raminten Yogyakarta”	100 responden	<i>Non probability sampling</i>
4	Triastuti	2012	“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang.” Studi kasus pada Konsumen Buket Koffee and Jazz	75 responden	<i>Non Probability Sampling</i>
5	Hendarsono dan Sugiharto	2013	“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Mendorong Minat Beli Ulang” Studi kasus pada pengunjung Café Buntos 99	100 responden	<i>Non probability sampling</i>

Sumber: data diolah peneliti

Peneliti langsung menemui responden di lokasi yang cocok untuk menjadi lokasi penyebaran kuesioner yaitu: sekitar kedai Ragusa Es Italia cabang pusat (Jl. Veteran I, Jakarta Pusat). Peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*, karena peneliti terjun langsung ke lapangan dan memberikan kuesioner kepada orang yang sudah pernah berkunjung ke Ragusa Es Italia.

### 3.7 Alat Analisis Data

Pengolahan data dilakukan secara komputerisasi dengan menggunakan beberapa *software* pengolah data statistik, yaitu *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 22 dan Microsoft Excel 2007. Kelebihan dari dua *software* ini adalah mampu mengolah data dalam jumlah besar, dan mampu memvisualisasikan hasil analisis data secara akurat.

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Instrumen

##### 3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik.

Dalam pengujian validitas menggunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu teknik analisis korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Teknik korelasi *product moment* menyatakan jika berdasarkan nilai *mean* dari *r*-hitung, variabel dapat dikatakan valid apabila *mean* *r*-hitung  $> 0,361$  (dengan jumlah responden minimal sebanyak 30 dan  $\alpha = 0,05$ ).

*“Validity of a scale may be defined as the extent to which differences in observed scale scores reflect true differences among objects on the characteristic*

*being measured, rather than systematic or random error”<sup>56</sup>*

Sebelum menggunakan uji faktor analisis, hal pertama yang harus diperhatikan adalah menguji nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*), tujuannya adalah untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sudah layak untuk menguji ketepatan faktor analisis.

*“KMO is a measure of sampling adequacy is an index used to examine the appropriateness of factor analysis. High values (between 0,50 and 1,00) indicate factor analysis is appropriate. Values below 0,50 imply that factor analysis may not be appropriate.”<sup>57</sup>*

Arti dari definisi tersebut yatu, KMO adalah jumlah sampel yang layak dikatakan cukup untuk menguji ketepatan analisis faktor. Nilai yang tinggi (antara 0,50 dan 1,00) mengindikasikan analisis faktor sudah tepat. Nilai dibawah 0,50 mengindikasikan analisis faktor tidak tepat.

### **3.8.1.2 Uji Reliabilitas**

Dilakukan untuk menguji sejauh mana item – item instrumen dapat merefleksikan kesamaan konstruk. Dan juga digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Malhotra, Naresh K., *Op. Cit.*, hlm. 320

<sup>57</sup> *Ibid*, hlm. 638

<sup>58</sup> Priyatno, Dwi, *Mandiri Belajar SPSS*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 25

Pengujian reliabilitas menggunakan teknik alpha cronbach's ( $\alpha$ ) yang menyatakan sebuah kuesioner reliabel jika memiliki nilai alpha diatas 0,6.

Rumus Cronbach Alpha dituliskan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Dimana:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah pernyataan

$\sum \sigma i^2$  = Jumlah varians

$\sigma i^2$  = Varians total

### 3.8.2 Uji Asumsi Dasar

#### 3.8.2.1 Uji Normalitas

Menurut Priyanto, uji normalitas digunakan untuk mengetahui hasil belajar dari kelompok eksperimen dan kelompok control apakah berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas digunakan uji *One sample Kolmogrov-Smirnov* tes dengan menggunakan bantuan program SPSS 22.0 *for windows*.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> *Ibid*, hlm.71

### 3.8.2.2 Uji Linearitas

“Uji linieritas dimaksudkan untuk menguji linier tidaknya data yang dianalisis”.<sup>60</sup> Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 atau 5%.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Multiokolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas model, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi, menurut Dwi Priyatno<sup>61</sup>. Pada penelitian ini, untuk menghindari asumsi klasik multikolinearitas akan melihat *value inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Dwi Priyatno<sup>62</sup>, pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

---

<sup>60</sup> Sudjana. 2009. Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar. Jakarta: Rineka Cipta

<sup>61</sup> Priyatno Dwi, Op. Cit, hlm. 39

<sup>62</sup> Priyatno Dwi, Op. Cit, hlm. 81

### 3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas, menurut Dwi Priyatno (2010:83). Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan uji Spearman's Rho, yaitu dengan mengkorelasikan nilai residual (Unstandardized residual) dengan masing-masing variabel.

Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah Heteroskedastisitas

### 3.8.4 Analisa Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>63</sup>

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

---

<sup>63</sup> *Ibid*, hlm.61